

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

FLAVIA MORGENIA DA SILVA NASCIMENTO

**A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA DESENVOLVER
A EMPRESA QUE EXISTE DENTRO DE VOCÊ**

CURITIBA

2018

FLAVIA MORGENIA DA SILVA NASCIMENTO

**A IMPORTÂNCIA DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PARA DESENVOLVER
A EMPRESA QUE EXISTE DENTRO DE VOCÊ**

Artigo apresentado como requisito parcial à conclusão do Curso de MBA em Inteligência de Negócios, do Setor de Ciências Sociais, da Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Prof. Dr. Gustavo Abib

CURITIBA

2018

A Importância do Planejamento Estratégico para desenvolver a empresa que existe dentro de você

Nome da aluna: Flavia Morgenien da Silva Nascimento

RESUMO

Esse artigo tem como objetivo identificar as ferramentas aplicadas no ambiente corporativo e que poderão influenciar no planejamento estratégico pessoal. É fundamental para o indivíduo descobrir o seu propósito de vida, definir sua missão, visão, valores e estabelecer objetivos e metas para desenvolver a empresa que existe dentro de cada um. Esse estudo foi um ensaio teórico contendo os aspectos essenciais da pesquisa e com a finalidade de correlacionar os conceitos aplicados nas organizações e que podem ser aplicados na vida pessoal. O resultado dessa pesquisa pode contribuir no direcionamento dos discentes graduandos e de qualquer indivíduo na busca da realização do seu potencial que será definido através do planejamento estratégico. Percebe-se assim a relevância do planejamento estratégico para que o indivíduo seja o protagonista de sua própria história e que conquiste o equilíbrio na sua vida pessoal e profissional.

Palavras-chave: Planejamento Estratégico. Ferramentas. Indivíduo.

1 INTRODUÇÃO

No mundo corporativo é muito comum falar em missão, visão, valores, análise swot, objetivos, metas e ações. Ter clareza nas etapas desse planejamento estratégico é o que definirá o sucesso ou fracasso da empresa.

Somos condicionados a entender que esse planejamento somente poderá ser aplicado para as empresas e nunca associamos que também poderemos aplicar na vida pessoal. É por meio desse planejamento que desenvolvemos estratégias para alcançar o sucesso da empresa que existe dentro do indivíduo.

Não basta o planejamento estratégico direcionar o caminho da empresa ou do indivíduo, também é necessário transformar esse direcionamento em realidade (OLIVEIRA,2001).

O presente artigo estabelece como problema de pesquisa qual a relação das ferramentas administrativas no planejamento estratégico pessoal. No qual o indivíduo poderá mapear as estratégias que o conduzirá na sua realização pessoal e profissional.

Assim o objetivo geral passa a ser identificar quais as principais ferramentas administrativas que poderão influenciar no planejamento estratégico pessoal.

De acordo com o cenário apresentado não podemos negligenciar as etapas do planejamento estratégico que irá direcionar qual caminho assertivo que deverá ser seguido para buscar a razão da sua existência.

A fim de atingir o objetivo proposto, optou-se em desenvolver um ensaio teórico, buscando associar os conceitos do mundo corporativo para as necessidades pessoais do indivíduo.

O resultado dessa pesquisa pode contribuir no direcionamento dos discentes graduandos e de qualquer indivíduo na busca da realização do seu potencial que será definido através do planejamento estratégico pessoal.

Como objetivos específicos pretendem-se conceitualizar o planejamento estratégico pessoal, plano de vida e carreira, descrever as principais ferramentas administrativas e relacionar como essas ferramentas irão contribuir no planejamento estratégico pessoal.

2 REVISÃO DE LITERATURA

2.1 PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

No âmbito do mundo corporativo é comum realizar planejamento, estabelecer estratégias, realizar metas e superá-las a cada ano. Segundo Mintzberg (2000, p.17) afirma que “ estratégia é um padrão, isto é, consistência em comportamento ao longo do tempo”. Desse modo podemos dizer que a estratégia é um método que tende a durar por muito tempo.

Cavalcante (2017, p.48) afirma que “empresas criam planejamento estratégicos. Por que, no trabalho, usamos ferramentas para alcançar metas

importantes e ambiciosas, mas não usamos em outros setores da vida? ". Assim torna-se essencial aplicar as ferramentas administrativas na vida pessoal. É possível dizer, portanto, que existe uma empresa dentro de cada indivíduo que precisa ser desenvolvida através do planejamento estratégico.

Diante do exposto podemos dizer que tendo uma estratégia bem definida e estruturada é possível desenvolver a sua diferenciação no mundo corporativo. HITT (2011, p.4) afirma que "estratégia é um conjunto integrado e coordenado de compromissos e ações definido para explorar competências essenciais e obter vantagem competitiva". Pode-se concluir, portanto, que o indivíduo poderá se diferenciar com base nas suas competências e conseguir vantagem no segmento que deseja atuar.

Tendo a estratégia definida, a organização escolhe as opções para concorrer no mercado em que atua e demonstra o que deseja e o que não deseja fazer (HITT, 2011). Tal conduta leva o indivíduo a deixar claro o que pretende realizar durante a sua existência. Percebe-se assim a relevância de fazer escolhas assertivas para não desviar da sua verdadeira essência.

HITT (2011 p.4) afirma que "uma empresa tem vantagem competitiva quando implementa uma estratégia que os concorrentes não conseguem copiar ou acham custosa demais para imitar". Assim da mesma forma que a organização busca a sua diferenciação no mercado em que atua, o indivíduo deve se diferenciar por meio de suas competências e buscar ser a melhor versão de si mesmo.

A estratégia mais apropriada seria aquela que paralisa as ameaças e explora as oportunidades, ao mesmo tempo em que minimiza as fraquezas internas (BULGACOV,et.al.2007). É possível dizer, que existe a necessidade de conciliar a busca de oportunidades (ambiente externo) e a redução das fraquezas (ambiente interno.)

"Juntas, a visão e a missão formam a base que a empresa precisa para selecionar e implantar uma ou mais estratégias" (HITT,2011, p.18). Pode se concluir, portanto que visão e missão são a identidade e razão da existência da organização e do indivíduo.

2.2 PLANO DE VIDA E CARREIRA

Nem sempre temos um roteiro para seguir o caminho, mas quem tem suas metas e objetivos definidos aumenta suas chances de atingir o resultado almejado (MARQUES, 2017). Assim torna-se cada vez mais importante definir as metas e objetivos para sua vida pessoal. Pode-se concluir, portanto, que podemos alcançar a realização dos nossos sonhos.

Realizar o planejamento é uma maneira de identificar determinadas ações que irão orientá-lo na tomada de decisões. Tendo um planejamento é possível antecipar e executar as ações de forma efetiva, tornando suas escolhas claras e objetivas (MARQUES, 2017). Percebe-se assim a relevância de elaborar um planejamento estratégico na vida pessoal por meio de escolhas assertivas.

“Uma longa jornada para se chegar ao seu destino começa com o primeiro passo e assim por diante, um de cada vez. Assim como em uma viagem em que as placas são as evidências para continuarmos no caminho” (SOUZA, 2013). Pode-se concluir que ao longo do caminho poderemos identificar se estamos no caminho certo ou se precisamos alterar a rota.

O planejamento irá demonstrar como poderá buscar as oportunidades e como poderá se prevenir das ameaças que poderá atingi-lo no ambiente que está inserido. Marques (2017) afirma que quando você planeja, você usufrui das oportunidades e estará preparado para possíveis ameaças. O planejamento proporciona o equilíbrio necessário para sua vida pessoal e profissional. Fica claro, portanto, que a busca pelo equilíbrio é essencial para todos os setores de sua vida.

Segundo Marques (2017), ter um plano de carreira é essencial para alcançar melhores resultados por meio de algumas ações: análise do cenário, definição dos objetivos, do tempo, encontrar a motivação, fazer contatos e acompanhar o plano. De qualquer forma todas as ações deverão ser monitoradas para que o resultado seja atingido.

De acordo com Cavalcante (2017, p.47):

No livro *Alice no País das Maravilhas*, de Lewis Carroll, a certa altura, Alice pergunta ao Gato de Cheshire que caminho tomar dali em diante. O gato diz: “Depende do lugar aonde você quer chegar”. Quando Alice responde que pode ser qualquer lugar, o gato retruca: “ Então não importa que caminho você vai tomar” (CAVALCANTE, 2017, p.47).

Esse trecho “embora simples, no traz uma grande lição sobre a importância de termos um planejamento pessoal eficiente. De modo geral, ninguém deseja viver

caminhando em círculos” (MARQUES, 2018). Pode-se concluir, portanto a importância de escolher qual o caminho que irá direcioná-lo na realização da sua missão de vida.

Se quer sair do lugar comum, procure desenvolver sua carreira, buscar qualidade de vida, sucesso financeiro e realização pessoal, mas terá que ter um plano adequado e assertivo (MARQUES, 2018). Percebe-se assim, a relevância de definir um planejamento que traga equilíbrio para sua vida pessoal e profissional.

Souza (2013) afirma “se continuar fazendo as mesmas coisas que sempre fez continuará obtendo os mesmos resultados”. Portanto, para conseguir novos resultados é essencial que sejam definidas novas escolhas.

Os desafios fazem parte da trajetória, mas o desejo de alcançar seus sonhos deverá ser o incentivo para a realização dos mesmos. É claro que terá desafios e contratempos na caminhada, mas manter o foco nos seus sonhos fará a grande diferença. Marques (2018) afirma que quando planejar e colocar em prática suas ações terá certeza que irá atingir o resultado que tanto almeja. Pode-se concluir, portanto que não basta planejar, tem que colocar em pratica as ações que irão direcioná-lo na realização dos objetivos.

“Assuma o papel de protagonista da sua história e coloque-se na linha de frente em suas lutas pessoais. Seja qual for à meta que deseja conseguir, acreditar em si mesmo, em todos os momentos do seu caminho” (MARQUES, 2018). Tal conduta, é essencial para conquistar seus sonhos. Durante a caminhada, acredite na realização de suas metas e acredite no seu poder de realização.

2.3 FERRAMENTAS ADMINISTRATIVAS

Segundo Marques (2016), administrar uma empresa é uma atribuição muito difícil. Mas podemos administrá-la de forma efetiva por meio de algumas ferramentas. Assim é possível dizer que as ferramentas poderão ser aplicadas tanto na vida pessoal como na vida profissional.

Por meio das ferramentas administrativas é possível conhecer as necessidades pessoais e como poderá ser tratado possíveis obstáculos. A aplicação dessas ferramentas tem a finalidade de analisar as dificuldades e identificar as soluções que irão contribuir no planejamento estratégico (MARQUES, 2016).

Percebe-se a importância de aplicar essas ferramentas no planejamento estratégico pessoal.

Essas técnicas podem ser aplicadas nas organizações para que o planejamento seja realizado de forma equilibrada (FREITAS, 2017). É possível dizer, portanto, que essas técnicas poderão ser aplicadas na vida pessoal.

2.3.1 MISSÃO

Ao longo de nossas vidas sentimos a necessidade de definir qual a missão que estamos destinados a cumprir durante a nossa existência. Por meio da missão é que será definido o compromisso da empresa no seu segmento e irá descrever a legítima razão da sua existência no mundo corporativo (CHIAVENATO, 2003). “A missão deve definir a individualidade de uma empresa, deve ser inspiradora e relevante” (HITT, 2011, p.18). Assim torna-se cada vez mais importante determinar sua verdadeira missão. É possível dizer, portanto, que existe tanto a necessidade de definir a missão para uma organização como para o indivíduo.

Diante dessa necessidade é essencial o indivíduo avaliar se está capacitado para enfrentar o mundo corporativo. Na definição da missão é primordial atender a demanda do ambiente externo na qual a empresa está inserida e não apenas prestar um determinado serviço ou vender algum produto (CHIAVENATO, 2003). Assim a partir da análise de suas competências é possível mensurar se o indivíduo precisa buscar alternativas para se adequar as exigências que a vida impõe. De qualquer forma, sua missão é que irá direcionar o seu caminho.

É essencial conhecer o ambiente em que estamos inseridos para que possamos alcançar a missão de nossas vidas.

Segundo Cavalcante (2017, p.102) “necessitamos não apenas do conhecimento interno, mas também do conhecimento externo, porque o mundo que nos cerca influencia nossa capacidade de realizar nossa missão.” Pode-se concluir, portanto, que não basta conhecer a si mesmo, mas também o ambiente a que pertence para que sua missão seja cumprida.

No âmbito pessoal e profissional é importante reconhecer as competências que irá diferenciar o indivíduo dentre os demais. É necessário identificar as competências da empresa e buscar seu diferencial entre outras do mesmo segmento, no qual “deve enunciar em que ponto está e onde pretende estar

posicionada no mercado” (CHIAVENATO,2013 p.56). Tal conduta permite deixar claro para si mesmo onde está e onde quer chegar. Pode-se concluir que suas competências definirão a essência da sua missão.

A missão é influenciada pelo ambiente externo. Cavalcante (2017, p.102) afirma que “precisamos de conhecimento verdadeiro sobre o que se passa a nossa volta a fim de usá-lo como impulso para a realização da missão”. Assim torna-se necessário compreender as diversas informações do ambiente externo. É possível dizer, portanto, que não basta ter conhecimento, mas ter a capacidade de escolher e entender as informações que irão direcioná-lo no cumprimento da sua missão.

2.3.2 VISÃO

Diante da definição da missão é necessário o indivíduo estabelecer a visão que irá delinear seu ponto de vista. Visão do negócio é garantir no presente o que a empresa deseja alcançar no futuro. É o sonho, o desejo da organização (CHIAVENATO, 2003). A visão direciona a organização para onde ela pretende estar no futuro (HITT, 2011). Assim torna-se cada vez mais importante definir a sua visão para deixar claro os sonhos que deseja alcançar durante a sua existência. De qualquer forma essa visão é o anseio do sonho virar realidade no futuro.

A visão da organização tende a ser permanente, curta e breve, já a missão pode ser modificada devido as mudanças no ambiente externo (HITT, 2011). É possível dizer, portanto, que a declaração da visão é algo que permanece ao longo de sua existência e será curta para ser lembrada, mas o ambiente externo poderá influenciar a missão da organização.

Chiavenato (2003, p.57) afirma “em outras palavras, a visão de negócios de uma organização diz o que será a organização e a missão o que ela fará nesse sentido”. Segundo Hitt (2011, p.18) diz que “ a visão é um retrato que a empresa pretende ser e, em termos amplos, do que pretende realizar”. Com base na opinião dos autores é possível dizer que a visão demonstra o que o indivíduo será e a missão o que será feito diante dessa visão.

Diante do exposto o sonho do indivíduo precisa ser passível de acontecer. Segundo Chiavenato (2003) as premissas da visão é que o sonho tem que ser factível de acontecer, não basta ser o melhor no seu segmento, mas sim ser o melhor para o público estratégico. Assim não basta ser competente, é necessário

ser competente no mercado em que deseja atuar. Pode-se concluir, portanto que o indivíduo sempre estará buscando ser a melhor versão de si mesmo.

Ao longo dessa busca do conhecimento de si mesmo o indivíduo irá buscar a sua verdadeira essência. O desenvolvimento da visão é um método que é realizado com muitos sentimentos, porque define a razão da existência da organização e que exige um autoconhecimento de si mesma (CHIAVENATO,2013). A visão provoca e desafia o indivíduo a lidar com suas emoções e acreditar nos seus sonhos (HITT, 2011). Assim torna-se cada vez mais importante buscar conhecer o seu verdadeiro eu. Pode-se concluir, portanto, que cada indivíduo deve conhecer o seu verdadeiro ser.

A visão do indivíduo deverá ter objetivos passíveis de acontecer. A visão será efetiva quando a organização tem objetivos expressos, que não demonstram dúvidas e que sejam atingíveis no decorrer dos anos (CHIAVENATO,2013). Desde que os objetivos sejam bem definidos, a visão do indivíduo produzirá efeito. É possível estabelecer objetivos concretos e que sejam realizados ao longo da vida do indivíduo.

Diante do exposto a visão do indivíduo é a realização dos seus sonhos. Segundo Chiavenato (2013) a visão é como se fosse um sonho que antecede a realização dos resultados e dos objetivos estratégicos da organização. Assim torna-se relevante estabelecer objetivos passíveis de acontecer. Pode-se concluir, portanto, que o indivíduo é como uma empresa que tem sonhos e que sempre estará na busca da realização dos mesmos.

A organização estará sujeita ao fracasso quando sua visão e missão não estão definidas adequadamente e que não estejam compatíveis com sua realidade (HILL,2011). É possível dizer, portanto que existe uma relação mútua entre a visão e a missão.

2.3.3 VALORES

Os valores são características do indivíduo ou da organização que determina a forma como ela interage com outros indivíduos e com o ambiente em que está inserido. De acordo com Chiavenato (2013), os valores são características, atributos e qualidades de uma organização alinhado com seus princípios e crenças. Pode-se

concluir, portanto, que os valores do indivíduo é que irá dimensionar a grandeza da sua existência.

Segundo Cavalcante (2017, p. 67), “os valores funcionam como indicadores para nortear o caminho, definindo nossa conduta. Eles são como aquelas luzes na pista do aeroporto que direcionam o piloto. ” Tal conduta irá direcionar o indivíduo na realização da sua missão. De qualquer forma a missão tem que estar embasada nos valores do indivíduo.

“Nossos valores são importantes para formar o chão em que a semente da missão deve ser plantada. Quanto maior a solidez de nossos valores, maior a garantia de que podemos realizar nossa missão” (CAVALCANTE, 2017 p.102). Pode-se concluir, portanto, que os valores são o alicerce da organização e do indivíduo.

2.3.4 ANÁLISE SWOT

De acordo com Kotler (2012) a análise Swot é a mensuração das forças, fraquezas, oportunidades e ameaças de uma empresa. Assim é possível dizer que por meio da análise Swot “ pode trazer à tona importantes informações sobre o seu perfil, pontos de melhoria e potencialidades pessoais dentro de quatro importantes instâncias” (MARQUES, 2018).

Segundo Kotler (2012), as oportunidades e ameaças são monitoradas mediante a análise do ambiente externo. As empresas precisam verificar constantemente suas forças e fraquezas por meio da análise do ambiente interno. Chiavenato (2013, p.188) afirma que a análise Swot tem como função “cruzar as oportunidades e as ameaças externas à organização com seus pontos fortes e fracos”. Com base nas opiniões dos autores, é possível notar que por meio da análise Swot o indivíduo ou a organização poderão identificar suas forças e fraquezas (ambiente interno) e oportunidades e ameaças (ambiente externo). Percebe-se assim a relevância da análise Swot no planejamento estratégico pessoal.

Por meio da análise da matriz Swot poderá ser avaliado os pontos positivos e negativos que deverão ser controlados. De acordo com Chiavenato (2013), a matriz Swot irá demonstrar para a organização como suas forças poderão tirar proveito das oportunidades e como poderão enfrentar as ameaças diante de suas

fraquezas. Fica claro, portanto, que análise swot é uma das principais ferramentas que demonstra o cenário atual da organização e do indivíduo no ambiente interno e externo.

A matriz Swot comprova para a organização de como suas forças podem criar barreiras contra as ameaças e como as fraquezas poderão dificultar o aproveitamento das oportunidades (CHIAVENATO, 2013). Desde que análise seja realizada detalhadamente, podemos concluir que a análise swot demonstra a essência da organização no que tange as suas forças, fraquezas, oportunidades e ameaças e como poderá ser aplicado para o sucesso da organização. Pode-se concluir, portanto que a análise swot é essencial para o desenvolvimento do indivíduo.

2.3.5 OBJETIVOS

Os “objetivos são resultados a serem alcançados num determinado período de tempo” (CHIAVENATO, 2003, p.41). Desse modo é essencial estabelecer um objetivo definindo um tempo para sua realização. É possível dizer, portanto, que existe uma correlação do objetivo versus tempo.

Diante da realização do objetivo dentro de um prazo determinado podemos identificar que a organização ou o indivíduo poderá ter diferentes objetivos e que devem direcioná-lo na realização da sua missão. A empresa poderá ter diversos objetivos estabelecendo sua devida importância de acordo com a prioridade para o seu negócio (CHIAVENATO, 2003). Assim é possível dizer que cada objetivo terá sua relevância para organização.

Ao longo da definição dos objetivos teremos apenas um retrato do que queremos atingir. Quando o objetivo é atingido ele deixa de ser imagem e transforma-se em realidade (CHIAVENATO, 2003). Fica claro, portanto, que esse retrato será algo real após a sua realização.

Diante do exposto fica claro que a definição do objetivo está condicionada a demonstrar sua verdadeira missão e visão. Chiavenato (2003) afirma que o objetivo da organização tem a função de mostrar onde se pretende chegar; embasar a sua existência e ter a avaliação dos interessados no que diz respeito à realização dos objetivos definidos. Pode-se concluir, portanto que os objetivos irão demonstrar a razão da sua existência para si e para o mundo no qual está inserido.

O objetivo tem o propósito de realização porque é um processo que a organização interage com o ambiente em que atua e demonstra qual o seu papel no mundo corporativo (CHIAVENATO,2013). Assim sendo o objetivo tem a finalidade de demonstrar o seu legado perante o ambiente externo.

De acordo com Chiavenato (2013), a sociedade está em frequente transformação e os objetivos precisam ser ajustados para se adequar as situações que não estavam previstas. É possível dizer, portanto, que existe a necessidade de ajustar os objetivos aos imprevistos que a vida irá impor.

A distância entre o que o indivíduo quer para sua vida e aonde está hoje é o que vai orientá-lo a estabelecer seus objetivos, que precisam ser palpáveis para que sejam alcançáveis em suas vidas (CAVALCANTE, 2017). Percebe-se assim a relevância de ter objetivos passíveis de serem realizados.

2.3.6 METAS

No planejamento estratégico é importante deixar claro cada etapa desse processo. É muito comum as metas serem confundidas com objetivos ou vice-versa. “Os objetivos podem ser desdobrados em algo ainda mais palpável: as metas. Digamos que o objetivo é a imagem que se forma depois que você termina de montar um quebra-cabeça e as metas são as peças” (CAVALCANTE,2017, p.107). Assim é possível dizer que o objetivo é a descrição daquilo que se quer alcançar e a meta é o caminho para se chegar ao objetivo.

Cavalcante (2017) afirma que as metas são peças essenciais para executar o objetivo e atingir sua missão. Existem metas principais para atingir objetivos específicos, que quando realizadas propiciam a execução das demais metas. É possível dizer que a realização das metas é o que determina a execução do objetivo.

Diante dessa necessidade é necessário identificar o melhor método para estruturar as metas.

Um dos métodos mais reconhecidos para construir metas é o método SMART, devendo ser: específica (*specific*), mensurável (*measurable*), alcançável (*attainable*), relevante (*relevant*) e temporal (*time-base*) (CAVALCANTE,2017). Assim torna-se necessário que as metas tenham esses atributos e que sejam detalhadas, que possam ser medidas, que possam ser alcançadas, que sejam

relevantes para sua vida e que tenham um determinado tempo para atingi-las. Percebe-se assim a relevância de ter metas estruturadas e desafiadoras.

Diante do argumentado não basta ter uma meta, temos que ter competência para executá-la. Cavalcante (2017, p. 114) afirma que “ não podemos falar de meta sem falar de competência, porque a competência está para a meta assim como o ar está para o ser humano. Competência é o famoso CHÁ”. Tal CHÁ é a somatória do *conhecimento, habilidade e atitude*. Pode-se concluir, portanto, que é essencial avaliar se tem *competência* para atingir a meta, *habilidade* para realizar a meta e *atitude* para executar a meta.

2.3.7 AÇÕES

Ao longo do artigo foi abordado sobre missão, visão, objetivos, metas. Agora é necessário realizar os planos para que os sonhos sejam realizados e gerem resultados (CAVALCANTE, 2017). Assim sendo a realização do plano de ações é o fator determinante para conquistar seus sonhos.

Segundo Cavalcante (2017, p.124), “ ação não é movimento apenas; é tudo aquilo que você faz para atingir um resultado estabelecido previamente, ou seja, é algo necessário para o cumprimento de suas metas. ” Desenvolver um plano de ação é como se pudéssemos desmembrar a elaboração da execução em várias etapas para atingir um objetivo (MARQUES, 2018). Com base nas opiniões dos autores, é possível notar que o detalhamento do plano de ações é essencial para alcançar o resultado desejado.

Não adianta ter uma missão extraordinária, honrar seus valores, determinar seus objetivos e metas e não realizar o que foi elaborado. Somente conseguirá o que deseja se tomar as decisões assertivas (CAVALCANTE,2017). Fica claro, portanto, que todas as etapas do planejamento estratégico deverão ser realizadas de forma efetiva.

O plano de ação poderá ser desmembrado em 5 etapas, sendo: iniciação (objetivo); planejamento (plano de ação); execução (plano de atividades); monitoramento (acompanhar) e encerramento (revisão do plano) (PAULA, 2016). Assim é possível dizer que a iniciação é o ponto de partida para o seu objetivo; o planejamento é a fase que serão definidas as ações que serão efetuadas; execução é a fase que as ações serão praticadas e os desvios ficarão visíveis; monitoramento

é a definição das estratégias para acompanhar a evolução e encerramento é a oportunidade de revisar o plano de ação e o conhecimento obtido durante o processo.

O plano de ação 5W2H é uma ferramenta que demonstra a relação de todas as tarefas (checklist) de fácil compreensão. Marques (2018), afirma que um dos métodos mais usados para executar um plano de ação é o sistema 5W2H: WHAT (o que será feito), WHY (por que), WHERE (onde), WHO (por quem), HOW (como será feito), HOW MUCH (quanto irá custar). Assim é possível dizer que é uma lista com desmembramento de todas as atividades, prazos e responsabilidades dos envolvidos é que irá contribuir na execução das atividades.

Cavalcante (2017, p.132) afirma que:

Para agir é preciso antes, sentir, pensar e perceber. E para desenvolver essas capacidades é preciso estar centrado, primeiro em si mesmo, sabendo quem você é, e depois em sua missão, tendo consciência de que suas ações, por mais simples que sejam, terão mais sentido, mais significado, se estiverem alinhadas a sua missão (CAVALCANTE, 2017, p.132).

Segundo Paula (2016) temos que aplicar o conhecido PDCA do inglês: PLAN-DO-CHECK-ACT, utilizado para o controle e aperfeiçoamento dos processos. Podemos dizer que é um método simples dividido em 4 etapas: P (plan) é a etapa que temos que planejar o trabalho, D (do) é a etapa de realizar o trabalho planejado, C (check) é a etapa para avaliar o que foi realizado dentro do que foi planejado e A (act) é a etapa para tratar os desvios. Pode-se concluir, portanto, que o PDCA é um método contínuo, ou seja as saídas do PDCA alimentam o próprio processo.

“O que acontece na maior parte dos casos é que as empresas trabalham muito bem no PD (planejar e executar), mas geralmente as etapas CA (avaliar e corrigir) são negligenciadas” (PAULA, 2016). Tal conduta quer dizer que na fase CA podemos identificar as oportunidades de aprendizado e por meio dos desvios podemos descobrir as melhorias do processo. Pode-se concluir, portanto que não basta planejar e executar, é essencial avaliar e corrigir os desvios para que o PDCA seja aplicado de forma adequada.

3 METODOLOGIA

O presente estudo consiste em um ensaio teórico, visando apresentar subsídios de informação que possam direcionar o indivíduo e transformar a sua

realidade. Traldi (2011, p.32) “a revisão bibliográfica busca mostrar a evolução do conhecimento sobre um determinado tema”.

Nesse sentido os resultados são apresentados por meio de um ensaio teórico com a finalidade de correlacionar os conceitos aplicados nas organizações e que podem ser aplicados na vida pessoal. No ensaio, ADORNO (1986) diz que “ todos os seus conceitos devem ser expostos de tal modo que uns carreguem aos outros, que cada um se articule segundo as suas configurações com outros”. Segundo Bittar (2014, p.21) “o método utilizado para pesquisa é uma seleção de fontes de informações. Essas fontes de informação determinam o resultado reflexivo da pesquisa”.

A apresentação dos resultados foi realizada por meio de uma análise direcionada ao contexto que configura o objeto desse estudo, de modo que se cumpra o papel científico deste projeto, no sentido de alcançar os objetivos propostos.

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

4.1 RELAÇÃO ENTRE AS FERRAMENTAS ADMINISTRATIVAS E O PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO PESSOAL

Esse estudo teve como objetivo geral identificar as principais ferramentas administrativas que poderão influenciar no planejamento estratégico pessoal. O objetivo foi alcançado uma vez que os objetivos específicos foram analisados de uma maneira que possa ser aplicado na vida pessoal do indivíduo.

Os resultados demonstram que as ferramentas poderão ser aplicadas para cada necessidade do indivíduo, independente da fase atual da vida em que se encontra.

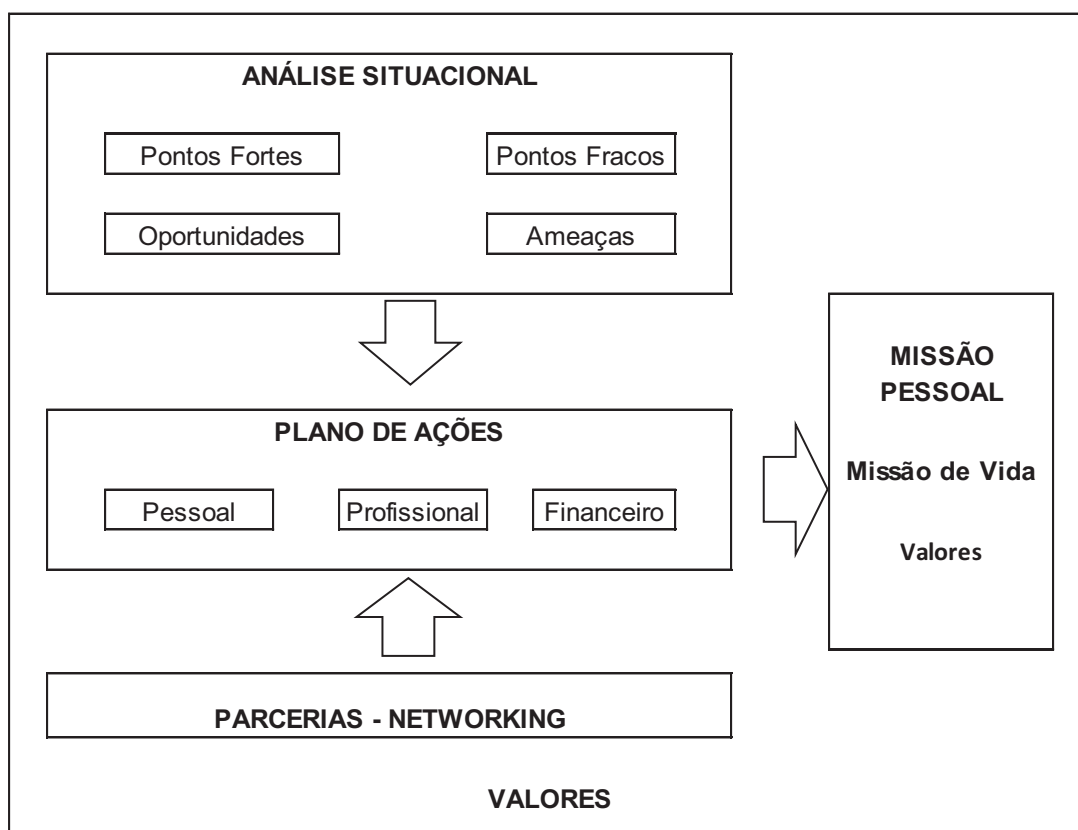
A correlação das ferramentas administrativas e o planejamento estratégico pessoal irão direcionar o indivíduo para alcançar o equilíbrio em qualquer fase de sua vida. Marques (2016) afirma que “saber usar ou conhecer uma ferramenta administrativa não torna sua gestão mais fácil. É importante saber aplicá-las de forma correta e no momento certo”. Desde que utilizadas com critério podemos concluir, portanto, que as ferramentas administrativas poderão beneficiar o planejamento estratégico pessoal.

Segundo Cavalcante (2017, p.105) é preciso ressaltar que:

A missão precisa ser desdobrada em objetivos, metas e ações. A missão é o pico mais alto que você quer alcançar, os valores são a bússola para você se orientar, os objetivos são o mapa para você chegar lá, e as metas são como placas das rodovias que você precisa ultrapassar no caminho. Perceba que tudo está voltado para o ponto aonde você deseja chegar, mas é uma trajetória a ser realizada em partes. Você tem um objetivo quando começa a fatiar sua missão em partes, começa a delimitar suas ambições nos vários papéis que desempenha na vida. O ideal é que em todas as esferas de sua vida a missão esteja presente, de preferência alinhada com sua visão e valores (CAVALCANTE, 2017, p.105).

Chiavenato (2003) afirma que a realização da missão, visão e objetivos dependerá da prévia análise externa (oportunidades e ameaças). Sendo que a análise interna (forças e fraquezas) proporcionará a melhor adequação para empresa ou indivíduo. Observe o QUADRO 1:

QUADRO 1 – ESTRUTURA DO PEP – Planejamento estratégico pessoal



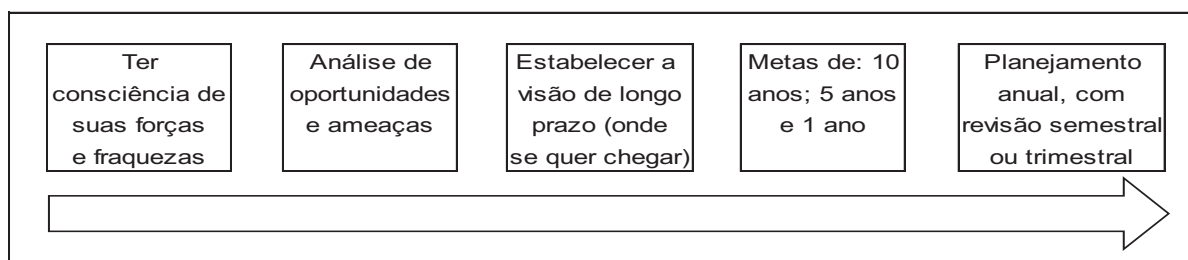
FONTE: Ribeiro (2016).

“ Se o plano não está escrito, pode-se concluir que você, no fim das contas, não possui um plano. O plano simples e escrito é o que funciona melhor” (MICHAELSON, 2005, p.26). Fica claro, portanto, que apenas desejar que o plano

se realize não é o suficiente. É necessário ter o plano estratégico por escrito de forma detalhada para que o objetivo seja alcançado.

Diante do ensaio teórico realizado, podemos avaliar que o planejamento estratégico corporativo poderá ser aplicado para o indivíduo e que a concretização dos seus objetivos poderá ser realizada em curto, médio e longo prazo. Observe o QUADRO 2:

QUADRO 2 – ETAPAS DO PEP – Planejamento estratégico pessoal



FONTE: Ribeiro (2016).

Ribeiro (2016) afirma que “ a ideia de ter uma “moldura” (frame) facilita a construção do planejamento, que, para cada indivíduo, será diferente e pode ser fundamental para gerar mais clareza”. Percebe-se assim, a relevância do planejamento estratégico para que o indivíduo seja protagonista da sua própria história e que conquiste o equilíbrio na sua vida pessoal e profissional.

Dessa forma, os resultados mostram a possibilidade de reavaliar que as mudanças na sua vida poderão ser ajustadas a qualquer momento, desde que utilize a ferramenta adequada que irá demonstrar os desvios que precisam ser tratados para que o objetivo final seja alcançado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento do presente artigo possibilitou uma análise de como as ferramentas administrativas poderão ser aplicadas no indivíduo para desenvolver a empresa que existe dentro de cada um. Buscar a razão de sua existência, buscar a realização de seus sonhos por meio das ferramentas utilizadas no mundo corporativo garante para o indivíduo que sempre poderá buscar ser a melhor versão de si mesmo.

Assim a partir da elaboração do planejamento estratégico podemos identificar que a empresa que existe dentro do indivíduo deverá ser administrada da mesma maneira que é realizado pelas empresas, ou seja, identificar sua missão, visão, valores, pontos fortes, pontos fracos, oportunidades, ameaças, estabelecer objetivos, metas e monitorar as ações que irão levá-lo na concretização de seus sonhos tanto na vida pessoal como profissional.

Esse artigo encontrou limitações no referencial, visto que é uma abordagem teórica que interpreta os conceitos aplicados no mundo corporativo e associa os mesmos conceitos para a vida pessoal do indivíduo.

Por outro lado, sugere-se pesquisas futuras para realizar um estudo quantitativo entre os discentes graduandos para reforçar a importância de desenvolver o seu planejamento estratégico antes de iniciar a sua carreira profissional, podendo-se assim capacitar o indivíduo para o mercado de trabalho e incentivá-lo a descobrir a razão de sua própria existência.

REFERÊNCIAS

ADORNO, T.W. **O ensaio como forma**. IN. G. Cohn (Org.). São Paulo: Editora Ática, 1986.

BITTAR, E.C.B. **Metodologia da pesquisa jurídica: teoria e prática da monografia para os cursos de direito**. São Paulo: Saraiva, 2014.

BULGACOV, S.Q.R.; PROHMANN, J.I.P; COSER,C. ; BARANIUK,J. **Administração Estratégica: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2007.

CARROLL, L. **Alice no País das Maravilhas**. Tradução de: RAMOS, C. R. Ed. Arara Azul: 2002.Título original: Alice in Wonderland. Ebook. Disponível em : <<http://www.ebooksbrasil.org/eLibris/alicep.html>>. Acesso em: 04 nov.2018.

CAVALCANTE, A. **O que realmente importa?** São Paulo: Buzz Editora, 2017.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento Estratégico**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

FREITAS, A. **Ferramentas de gestão: Quais são as essenciais para sua empresa?** Disponível em: < <https://blog.ambracollege.com/ferramentas-de-gestao-essenciais/>>. Acesso em: 22 nov.2018.

HITT, M. A; IRELAND, R. D; HOSKISSON, R. E. **Administração Estratégica: competitividade e globalização**. Tradução de: All Tasks, 2. ed. São Paulo: Cengage Learning, 2011. Título original: Strategic management: competitiveness and globalization.

KOTLER, P.; KELLER, K.L. **Administração de Marketing**. 14ª Edição. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

MARQUES, J.R. **A importância de definir um plano de ação**. Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/coaching-carreira/importancia-definir-plano-acao/>>. Acesso em: 21 nov.2018.

MARQUES, J. R. **Conheça algumas das ferramentas administrativas**. Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/conheca-algumas-das-ferramentas-administrativas/>> . Acesso em: 22 nov.2018.

MARQUES, J.R. **Como fazer um planejamento pessoal eficiente**. Disponível em : <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/metas-e-objetivos/como-fazer-um-planejamento-pessoal-eficiente/>> . Acesso em 21 nov.2018.

MARQUES, J.R. **Como fazer uma análise swot pessoal**. Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/metas-e-objetivos/como-fazer-uma-analise-swot-pessoal/>>. Acesso em 25 mai.2018.

MARQUES, J.R. **7 Dicas para te ajudar na elaboração de um plano de vida e carreira**. Disponível em: <<https://www.ibccoaching.com.br/portal/vida-profissional/7-dicas-ajudar-elaboracao-plano-de-vida-carreira/>>. Acesso em 21.nov.2018.

MICHAELSON, G. A. **Sun Tzu: A arte da guerra para gerentes**. Tradução de: Heitor Pitombo. 9ª Edição. Rio de Janeiro: 2005.Título original: Sun Tzu: the art of war for managers.

MINTZBERG, H. **Safari de Estratégia**. Porto Alegre: Bookman, 2000.

OLIVEIRA, D.P.R. **Planejamento Estratégico**: conceitos, metodologia e práticas. 15.ed. São Paulo: Atlas, 2001.

PAULA, G.B. **Plano de ação - O passo a passo da ideia à concretização de seus objetivos!** Disponível em: <<https://www.treasy.com.br/blog/plano-de-acao/>>. Acesso em: 21 nov.2018.

RIBEIRO, A. **Planejamento Estratégico Pessoal: você tem o seu?** Disponível em: <https://endeavor.org.br/desenvolvimento-pessoal/planejamento-estrategico-pessoal/?gclid=Cj0KCQiAuf7fBRD7ARIsACqb8w6ZZcUf4TRdtlRIIQFKAE3Dke3ONJMiCCQL1Hwf8jUmvCemSipGOIsaAkCbEALw_wcB>. Acesso em: 25 mai.2018.

SOUZA, A. **Carreira: como fazer o grande plano da sua vida**. Disponível em: <<http://www.administradores.com.br/artigos/cotidiano/carreira-como-fazer-o-grande-plano-da-sua-vida/71338/>> . Acesso em 21 nov.2018.

TRALDI, M.C.; DIAS, R. **Monografia passo a passo**. 7.Ed. Campinas: Alínea, 2011.